„Ein Symbol des bürgerlichen Lagers"

„Bunte"-Verleger Hubert Burda über seinen Pressekonzern und die Medien im Wandel

SPIEGEL: Herr Dr. Burda, vor einem Jahr stand Ihr Zeitschriften-Konzern noch „fabelhaft" da. In einer Kolumne schrieben Sie, die „Bunte", Ihr wichtigstes Bilderblatt, spreche „immer mehr Menschen" in „ihrem Lebensgefühl" an. Inzwischen ist die Lage nicht mehr so rosig, die Auflage ist geschrumpft. Hat sich das Lebensgefühl der Menschen so rapide verändert?

BURDA: Die Leserschaft der „Bunten" ist von 1985 bis 1986 laut Media-Analyse um 240 000 gestiegen.

SPIEGEL: Weil nach dieser alljährlichen Marktumfrage jedes Exemplar von immer mehr Lesern durchgeblättert wird. Gekauft wurde Ihr Blatt über die Jahre aber von weniger Kunden.

BURDA: Wie alle Illustrierten.

SPIEGEL: Die „Bunte" war Anfang der siebziger Jahre die größte deutsche Illustrierte. Vor vier Jahren wollten Sie diesen Platz zurückerobern. Denn der „Stern" hatte die falschen Hitler-Tagebücher gedruckt und geriet mit seiner Auflage gewaltig ins Rutschen. Was war damals, als Sie vom Fund der Tagebücher erfuhren, bevor sie dann als gefälscht entlarvt wurden, Ihr erster Gedanke?

BURDA: Ich habe ursprünglich meinen Hut gezogen vor einem solchen Scoop, wie es ihn nie gegeben hat und nie mehr geben wird, und ich war zuerst felsenfest von der Echtheit der Tagebücher überzeugt. Ich hatte damals als Chefredakteur der „Bunten" ein Interview mit Präsident Reagan in Washington. Er fragte mich sofort: „Was meinen Sie zu den Hitler-Diaries? Is it a sensation?" An jenem Tag allerdings fing die Sache an, sich zu drehen, und ich hatte plötzlich das Gefühl, irgendwas ist merkwürdig an der Geschichte.

Aber eine Fälschung – nein, da denkt man dann: Das gibt's nicht, das ist nicht denkbar. Später weiß man mehr – da kannte man dann die Zusammenhänge, die dazu geführt haben, daß die nachfolgende Generation beim „Stern" es ihren Vätern Gerd Bucerius und Henri Nannen mal zeigen wollte. Das war eine Projektion ihrer eigenen Wünsche auf das, was die Väter nach ihrer Meinung von ihnen erwarteten – eine Gruppendynamik, die zu diesem ganz einmaligen Vorfall geführt hat.

SPIEGEL: Und als die Fälschung amtlich war, was empfanden Sie da: Mitleid oder Schadenfreude?

Burda (M.), SPIEGEL-Redakteure*: „Große Welt, weite Welt, persönliche Welt"

BURDA: Beides. Vor allem habe ich sofort gedacht, das ist nur passiert, weil Nannen weg ist.

SPIEGEL: Der „Bunten" gelang die Ablösung des „Stern" von der Spitzenposition dann doch nicht. Der „Stern" verlor damals Auflage, aber die „Bunte" noch mehr. Worauf führen Sie diesen Mißerfolg zurück?

BURDA: In ihren Kernzielgruppen sind „Bunte"- und „Stern"-Leser sehr weit auseinander. Jemand, der aus Wut oder Enttäuschung den „Stern" nicht mehr kauft, greift nicht zur „Bunten". Umgekehrt wäre es das gleiche.

SPIEGEL: Sie haben sich letztes Jahr von Ihren Brüdern Franz und Frieder getrennt. Die Burda GmbH, mit ihren

Hubert Burda

übernahm Ende letzten Jahres als Alleinverleger die Burda GmbH in Offenburg und München, den viertgrößten deutschen Pressekonzern nach Bertelsmann/Gruner + Jahr, Axel Springer und Heinrich Bauer. Der promovierte Kunsthistoriker, 47, trennte sich von seinen älteren Brüdern Franz und Frieder, die den Illustriertenverlag (mit der „Bunten" und neun anderen Blättern) zunächst gemeinsam von ihrem im vergangenen September gestorbenen Vater Franz geerbt hatten. Zu dritt sind die Brüder, mit je 25 Prozent, unverändert am Modeverlag ihrer Mutter Aenne beteiligt, der Herausgeberin der weltweit verbreiteten „burda moden", die seit Anfang März auch mit einer russischen Ausgabe in Moskau erscheinen. Die Burda-Brüder waren 1983 beim Axel Springer Verlag, Deutschlands größtem Zeitungshaus, eingestiegen, konnten die zunächst vorgesehene Mehrheitsbeteiligung aber gegen den Einspruch des Bundeskartellamts nicht durchsetzen. Frei von kartellrechtlichen Beschränkungen wollen Franz und Frieder Burda nun zu zweit Aktien und Einfluß mehren. Hubert Burda, der zu Beginn seiner Laufbahn Verlagsleiter beim Konzernblatt „Bild + Funk", später Chefredakteur der „Bunten" war, wird seinen Aufsichtsratssitz bei der Springer AG niederlegen.

* Werner Dähnhardt und Heinz Höfl in Burdas Münchner Verlagsbüro.

zehn Zeitschriften wie „Bunte", „Freizeit Revue" und „Freundin", mit Druckereien in Offenburg, Darmstadt und im Elsaß, gehört Ihnen künftig allein. Warum die Teilung des Konzerns?

BURDA: Unsere gemeinsame Beteiligung am Axel Springer Verlag war von uns nie als reine Kapitalbeteiligung gedacht. Der Wunsch von Axel Springer und von uns dreien war, daß wir verlegerisch mitwirken können. Da hat uns das Bundeskartellamt einen Strich durch die Rechnung gemacht. Mit der Neuorganisation der Burda-Unternehmen bietet sich jetzt für meine beiden Brüder die Möglichkeit, über die 24,9 Prozent hinaus zu einer interessanten verlegerischen Mitwirkung zu kommen.

SPIEGEL: Die Sperrminorität bei Springer haben sie inzwischen ja auch erreicht. Der Trennungsvorgang bei Burda ist bis heute noch nicht abgeschlossen, die Verträge sind nicht unterschrieben. Ist das letzte Wort über die Realteilung noch gar nicht gesprochen?

BURDA: Doch. Es geht noch um komplizierte Einzelfragen in unseren Verträgen, mit denen die Juristen beschäftigt sind. Aber die Trennung ist endgültig beschlossen. Schon zum Ablauf der ersten hundert Tage nach unserer Vereinbarung habe ich Anfang April das Management der Burda GmbH umorganisiert und neu besetzt.

SPIEGEL: Sie sind damit zum größten süddeutschen Alleinverleger geworden, mit einem Umsatz von rund einer Milliarde Mark. Was fangen Sie mit der neugewonnenen Unternehmerfreiheit an?

BURDA: „Festhalten am Alten, Fortschreiten zum Neuen" – das war schon das Thema meines Abituraufsatzes. Ich werde die Zeitschriften des Hauses mit ihren Verlagsleitern und Chefredakteuren so konzipieren, daß sie im Markt erfolgreich sind. Der Medienmarkt treibt mit einer Dynamik voran, die mich an die Eisenbahngesellschaften des 19. Jahrhunderts erinnert, die 1830, 1840 ihre ersten Strecken legten.

SPIEGEL: Bei den Zeitschriften ist das Streckennetz doch längst ausgebaut.

Konzerngründer Burda (2. v. r.), Söhne (1984)*: „Aus einem anderen Denken"

BURDA: Das ist richtig, wir haben in Deutschland sogar eine Zeitschriftenkultur, die weltweit einmalig ist in ihrer Fülle und Differenziertheit. Die Deutschen sind ein Volk von Zeitschriftenlesern par excellence – das müssen die Psychologen rauskriegen, ob es zwischen unserer rechten und linken Gehirnhälfte, wo die bildlichen und die abstrakten Eindrücke verarbeitet werden, spezifische nationale Eigenschaften gibt. Aber wir gehen jetzt in eine Phase der nicht mehr nur nationalen, sondern europäischen Märkte.

SPIEGEL: Sie denken an privates Fernsehen?

BURDA: Nicht nur, auch bei den Zeitschriften denkt man über die Landesgrenzen hinaus. Ich glaube, man muß sich die Auslandsmärkte ansehen, denn die deutschen Verlage sind international führend in der Qualität des Managements und der Redaktionen – es ist absolut Bundesligaformat, was wir da spielen.

SPIEGEL: Nun rutschen Sie aber hier zu Hause in der Tabelle ab. Ihr Konzern hat Ertragseinbußen. Was wollen Sie jetzt, da Sie Ihr eigener Herr sind, tun?

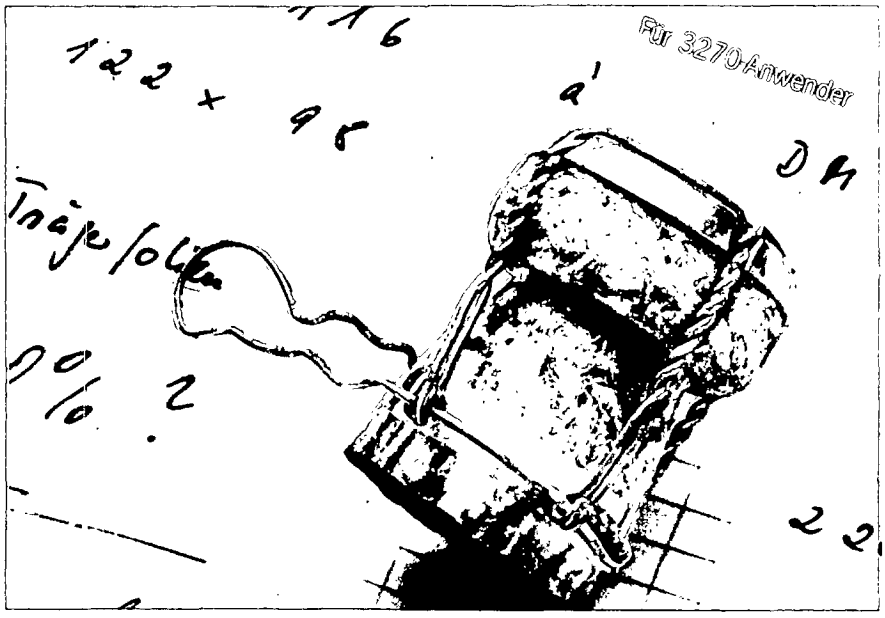
BURDA: Wir werden Vorhandenes stabilisieren und haben Neues vor. Denken Sie daran, wie eigentlich alle erfolgreichen Zeitschriften entstanden sind: Man muß sie aus vorhandenen Titeln entwickeln.

SPIEGEL: Was hat sich woraus entwickelt?

BURDA: Aus der „Bunten" sind „Pan" und die „Freizeit Revue" hervorgegangen, aus den „burda moden" entwickelten sich „Carina" und „Verena". Auch Gruner + Jahr hat auf dieselbe Weise eine erfolgreiche Zeitschriftenpolitik betrieben, aus dem „Stern" entstand „Geo", vielleicht auch das popu-

* Franz, Frieder und Hubert Burda.

Zeitschriften des Burda-Konzerns: „Atmosphäre wie ein Hollywood-Film"



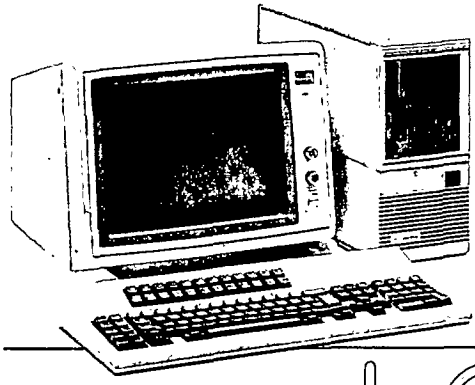
Machen Sie Ihrem Einkauf doch mal eine Freude.

Plötzlich sind alle zufrieden. Der Einkauf spart Kosten, der Anwender bekommt eine bessere Leistung. Weil Sie ihnen erzählt haben, daß es jetzt einen PC gibt, der gleichzeitig auch als Bildschirm arbeitet. Im 3270-Mode. Mit gewohnter Bildschirmtastatur. Mit der Möglichkeit, von Anwendung zu Anwendung zu „springen".

Auch für Einzelplatzbetrieb. Mit vielen weiteren Vorteilen: z. B. die Möglichkeit, Eingabefolgen zu speichern.

Empfehlen Sie einen detaillierten Kosten-/Leistungsvergleich. Der neue HOB 3270-PC besteht diesen Vergleich wie jedes andere Produkt von HOB electronic.
Entweder bietet es eine bessere Leistung. Oder einen günstigeren Preis. Oder beides.

Darauf basiert unser Erfolg – und unsere Verläßlichkeit, mit der Sie rechnen können.



HOB electronic
Postfach 1260
D-8502 Zirndorf
Telefon 09 11/69 10-107
Telex 623496 gebrad
Fax 09 11/6 91 01 20

HOB electronische Geräte
Handelsgesellschaft mbH
Mariahilferstraße 41-43
A-1060 Wien/Österreich
Telefon 02 22/58 77 4 10
Telex 1 13703 hobwi a

Eine Idee mehr. HOB electronic

lärwissenschaftliche „P.M.". Uns werden bei unseren Plänen, wobei ich an einen so erfolgreichen Titel wie die „Freundin" und deren Ergänzungsmöglichkeiten denke, die Investitionen in unsere Druckereien zugute kommen – 400 Millionen Mark von 1980 bis 1987, durch die wir über eine der modernsten und größten Tiefdruckereien in Europa verfügen.

SPIEGEL: Sie haben vor etlichen Jahren mal mit einem Männermagazin namens „M" experimentiert, allerdings erfolglos.

BURDA: Schad', daß wir das „M" heut nicht haben.

SPIEGEL: Was müßten Sie denn auf den Tisch legen für eine Neuauflage von „M"?

BURDA: 30 Millionen. Der Männermarkt ist hochinteressant, ohne Zweifel. Den sollte man nicht dem SPIEGEL allein überlassen. Aber es müssen nicht immer 30 bis 50 Millionen sein. Die „Freizeit Revue" hat bis zu dem Tag, da sie Geld verdiente, 15,3 Millionen Mark gekostet.

SPIEGEL: Aber stimmt denn Ihr publizistisches Konzept noch? Hängt die Lethargie Ihrer Käufer nicht mit den angebotenen Lesestoffen zusammen, die sich seit Jahrzehnten kaum verändert haben?

BURDA: Wo? Der „Freizeit Revue" geht's doch bestens.

SPIEGEL: Aber Ihrem wichtigsten Objekt nicht, der „Bunten".

BURDA: Wann haben Sie die denn zum letzten Mal gelesen? Da hätten Ihnen doch die zahlreichen Veränderungen auffallen müssen, die dort in den letzten Jahren vorgegangen sind.

SPIEGEL: Sehen wir's uns an: Tiere, Reisen, Gesundheit, immer die gleiche Sorte Titelbilder. Die verblichene Grace Kelly wird frisch wie in den fünfziger Jahren präsentiert. Sogar eine Serie von Sex-Methusalem Oswalt Kolle ist gelaufen. Sind das nicht abgestandene Themen für ein altbackenes Publikum, das allmählich ausstirbt?

BURDA: Ich will hier nicht über Konkurrenten reden, die jede Mode mitgemacht haben, so daß ihr Image heute völlig diffus ist. Eine Zeitschrift wie die „Bunte", die mein Vater geprägt hat, ist aus einem anderen Denken entstanden. Die „Bunte" ist wie ein verläßlicher Freund. Man will nicht, daß der sich jede Woche oder jedes Jahr verändert. Die „Bunte" muß Verläßlichkeit haben, sie ist ein Symbol des bürgerlichen Lagers.

SPIEGEL: Sie meinen, wer die „Bunte" kauft, kann sich darauf verlassen, daß ihm Auseinandersetzung, Problematisierung erspart bleiben.

BURDA: Überhaupt nicht. Die „Bunte" hat zum Beispiel die Außenseiter-Medizin sehr früh beobachtet. Anfang der siebziger Jahre gab es einen berühmten Zusammenprall zwischen Dr. Peter

Schmidsberger, dem Medizinredakteur der „Bunten", und dem Herzinfarkt-Papst Gotthard Schettler in Heidelberg über die Frage des Infarktes und des Cholesterin-Risikos. 1970 stellte die „Bunte" als erste konservative Zeitschrift, damals mit der Broschüre „So rotten wir uns selber aus", ökologische Fragen, als sie überhaupt noch nicht in Mode waren. Aber es gibt eben auch Themen wie die Volkszählung, die eher im SPIEGEL vorkommen.

SPIEGEL: Wie würden Sie das Themenspektrum der „Bunten" beschreiben?

BURDA: Große Welt, weite Welt, persönliche Welt. „Große Welt" heißt, daß die Menschen wissen wollen, was in Monte Carlo passiert, was in Paris passiert, was in St. Moritz passiert. „Persönliche Welt" heißt, sie sind neugierig, sie leben in einer Medienfamilie. Die Carolines und die Stephanies, die Fritz Weppers und die Frank Elstners sind über den Fernsehapparat Teil ihrer Familie geworden. Wer die große Welt, die persönliche Welt bei Ihnen sucht, der wird enttäuscht sein. Der SPIEGEL hat ein ganz anderes Deklinationsmuster.

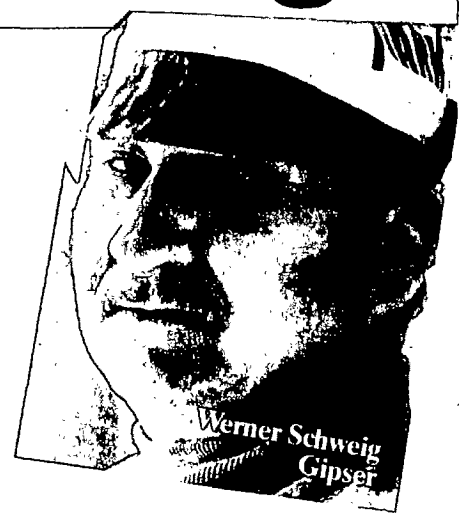
SPIEGEL: Richtig. Was Sie da geschildert haben, wird oft als Scheinwelt im Gegensatz zur primären Welt des täglichen Lebens kritisiert, als Schein-Privatheit einer Medienprominenz für ein Massenpublikum. Entspricht das Ihrem Verständnis von der modernen Gesellschaft, in der „die Wirklichkeit eigentlich die Kommunikation ist"?

BURDA: Sie konstruieren hier eine Spannung zwischen der Realität und einer von den Medien entworfenen Scheinwelt. Aber jede Kommunikation setzt voraus – genauso wie dieses Gespräch –, daß das, worüber ich berichte, unter ganz bestimmten Aspekten gesehen wird. So betrachtet, können Sie den Begriff der Scheinwirklichkeit auf jede Art der Wahrnehmung anwenden. Nehmen Sie das Buchgeschäft mit seinen zwei klassischen Rubriken, „Fiction" und „Non-fiction". Ich kann mir oft selber nicht beantworten: Ist das, was unter „Non-fiction" läuft, wirklich die Wirklichkeit, oder ist das, was als „Fiction" ausgegeben wird, nicht sehr oft eine viel genauere, manchmal kunstreichere Wirklichkeit, die man beim besten Willen nicht Scheinwirklichkeit nennen kann?

SPIEGEL: Sie hatten, um die „Bunte" zu stabilisieren, Peter Boenisch zum Redaktionsdirektor berufen. Warum mußte er nach einem Jahr wieder gehen?

BURDA: Boenisch ist ein hervorragender Journalist, aber wir haben beide einen Fehler gemacht. Er kommt vom Tageszeitungsbereich, vom Nachrichtlichen. Das ist für die „Bunte" zwar auch wichtig, aber sie hat eine andere Erzählweise, eine andere Handschrift. Ich würde sagen, der Unterschied zwischen Zei-

„Wer einfach nur zusieht, macht sich mitschuldig!"



Werner Schweig, Gipser aus Nohfelden, weiß, wovon er spricht:

"Seit Jahren arbeite ich auf dem Bau. Da kenn' ich mich aus. Auch was die kriminellen Machenschaften betrifft. Im ganz großen Stil, häufig so richtig durchorganisiert. Mitunter wird ein ganzes Heer von Firmen, die unangemeldete Arbeiter schwarz beschäftigen, auf die Baustellen losgelassen. Und was passiert dann mit uns ehrlichen Arbeitern? Wir müssen um unsere Arbeit bangen. Die illegale Konkurrenz bootet uns aus, mit unfairen Preisen. Nehmen uns die Arbeitsplätze weg. Klar, daß die billiger arbeiten können als wir. Die zahlen keine Steuern, keine Sozialabgaben, alles unter der Hand. Und oft sind die nicht mal richtig ausgebildet. Dann gibt's überall auf dem Bau Pannen, auch Unfälle, von den späteren Bauschäden ganz zu schweigen.

Auszubaden haben das die ehrlichen Unternehmen, die ehrlichen Arbeiter. Das sollte jeder wissen. Darum sollten wir jetzt endlich mit der illegalen Beschäftigung und Schwarzarbeit aufräumen. Den Unehrlichen das Handwerk legen. Wenn jeder die Augen offenhält und zur Ehrlichkeit am Arbeitsplatz steht, dann haben wir bald ein Problem weniger und viele legale Arbeitsplätze mehr!"

Wehren wir uns gemeinsam!

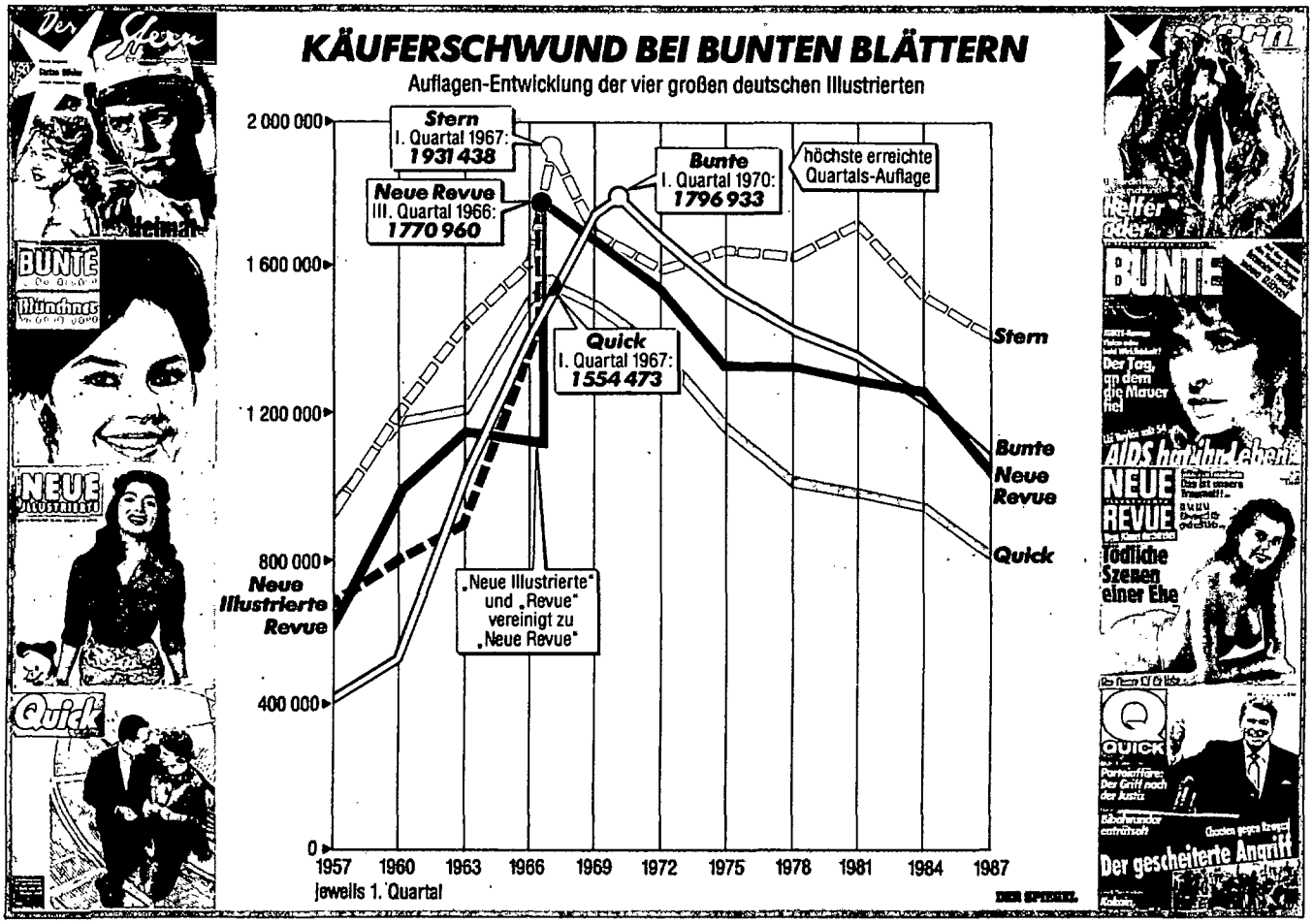
Illegale Beschäftigung ist kriminell. Das wird besonders auf dem Bau deutlich. Skrupellose Geschäftemacher richten riesige Schäden an. *Legale Arbeitsplätze werden vernichtet, ehrliche Unternehmen werden* in ihrer Existenz gefährdet.

Dagegen müssen wir uns wehren. Immer mehr Bürger sagen deshalb der illegalen Beschäftigung und der Schwarzarbeit den Kampf an. Immer mehr bekennen sich uneingeschränkt zu einem fairen Wettbewerb und erteilen damit der illegalen Beschäftigung eine klare Absage.

Wir bitten auch Sie: Sagen Sie immer und überall **NEIN** zu illegaler Beschäftigung, und sagen Sie **JA** zur Aktion Ehrliche Arbeitsplätze. Ihr **JA** hat Gewicht. Je mehr Bürger sich zu dieser Aktion bekennen, desto geringer sind die Chancen der Illegalen.

AKTIONS-GEMEINSCHAFT EHRLICHE ARBEITSPLÄTZE

Bundesanstalt für Arbeit · Bundesministerium für Arbeit und Sozialordnung · Bundesministerium der Finanzen Die Arbeitsminister und Senatoren für Arbeit der Länder · Bundesvereinigung der Deutschen Arbeitgeberverbände Zentralverband des Deutschen Handwerks · Deutscher Gewerkschaftsbund · Deutsche Angestelltengewerkschaft Spitzenverbände der Sozialversicherung



tungen und Zeitschriften ist ähnlich wie der zwischen Fernsehen und Film: Beide haben ein verschiedenes Tempo. Die „Bunte" entsteht aus einer ähnlichen Atmosphäre heraus wie ein Hollywood-Film, dafür muß einer das richtige Feeling haben.

SPIEGEL: Hatte es mit der Atmosphäre zu tun, daß Sie 1983 mit der „Bunten" und anderen Verlagsteilen das Stammhaus Ihres Vaters Franz Burda in Offenburg verlassen haben und nach München gegangen sind?

BURDA: Mein Vater und ich sahen Ende der siebziger Jahre ernsthafte Schwierigkeiten, Redakteure und Reporter nach Offenburg zu bekommen. München und Hamburg sind die Metropolen, in denen man gern bleibt und von einer Redaktion zur andern geht. Hinzu kam die wachsende Dynamik des Unternehmens, auch durch die erfolgreiche Druckereipolitik meines Bruders Franz in USA und die von meinem Bruder Frieder optimal verhandelte Beteiligung am Axel Springer Verlag. Es macht schon viel aus, in einer Großstadt wie München oder in ganz anderem sozialen Kontext in Offenburg zu leben. Aber auch dort, wo man sehr viel mehr down to earth ist, können Zeitschriften richtig angesiedelt sein. Ein Blatt wie „Mein schöner Garten" können Sie nicht in einer Großstadt machen, eine Kunstzeitschrift wie „Pan" aber eigentlich nur dort.

SPIEGEL: Glauben Sie denn, daß all die Druckwaren in Zukunft noch ihren Markt haben werden? Das Fernsehen drängt mit immer neuen Programmen auf den Bürger ein.

BURDA: Das Fernsehen ist natürlich das leichter konsumierbare Medium. Es ist schneller, es ist für die Zuschauer ohne Aufwand unterhaltsam und mit ganz wenig Mühe informativ. Aber selbst in Amerika liegt die Fernsehzeit nach der Gründung vieler neuer Programme um maximal eine halbe, dreiviertel Stunde höher als zuvor. Ich denke, das Fernsehen erzeugt einen Strudel von Bildern. Gleichzeitig wächst das Bedürfnis der Menschen, diese nie dagewesene Fülle von Bildern, die in ihnen rumoren, zur Ruhe kommen und sich interpretieren zu lassen. Das bleibt die große Chance für Gedrucktes. In Ländern mit mehr Fernsehen, in Italien oder Frankreich, gibt es eine Renaissance der Zeitungs- und Zeitschriftenkultur. Andererseits müssen wir uns mit dem Fernsehen verbünden und in den gemeinsamen Markt der Medien hineingehen, wie umgekehrt ein ganz Großer aus dem Fernsehbereich, Leo Kirch, sich am Axel Springer Verlag beteiligt hat.

SPIEGEL: So gesehen, war die Trennung von Ihren Brüdern, die zu zweit die bisherigen Konzernbeteiligungen übernommen haben, eigentlich falsch. Denn Sie haben alle miteinander Kapitalkraft verloren.

BURDA: Aber wir wären gemeinsam aus kartellrechtlichen Gründen bei Springer nicht weitergekommen. Das wäre eine reine Kapitalbeteiligung geblieben.

SPIEGEL: Wie hoch wollen Ihre Brüder denn dort noch springen?

BURDA: Über die Ziele meiner Brüder werde ich in diesem Gespräch nicht reden.

SPIEGEL: Aber auch Sie selbst können jetzt noch einmal mit einem Minderheitsanteil bei Springer einsteigen.

BURDA: Die Frage stellt sich nicht.

SPIEGEL: Der große Kapitalbedarf beim Privatfernsehen hat die internationale Verflechtung der Medien noch beschleunigt. Nehmen Sie einen multinationalen Großverleger wie Rupert Murdoch, der in seiner australischen Heimat die wichtigsten Zeitungen besitzt, weltweit über hundert, in England die „Times", „Sun", „Sunday Times". Er wurde sogar amerikanischer Staatsbürger, um sich in den USA, wo er schon die „New York Post" und weitere Blätter besaß, auch noch Radio- und Fernsehstationen kaufen zu können. Gibt es am Ende einen übermächtigen Weltkonzern, der die internationale Kommunikation kontrolliert, eine Weltzeitung, wie sie sich Murdoch schon hat einfallen lassen?

BURDA: Es wird keine Zeitung geben, die wie die „Bild"-Zeitung in bezug

auf Deutschland für die ganze Welt zuständig wäre. Gerade das Beispiel Murdoch zeigt, daß er in Australien, England, Amerika, also in seiner Sprache, geblieben ist. Für mich war es als Chefredakteur der „Bunten" schon schwer, eine Headline speziell für Österreich oder die Schweiz zu machen, obwohl wir die gleiche Sprache sprechen. Ich kenne keine Pläne von Murdoch, daß er auf den deutschen Markt will. Die Gefahr, die Sie sehen, endet häufig an den Landesgrenzen.

SPIEGEL: Aber Sie sagen doch, die deutschen Verlage müssen ins Ausland gehen. Bauer und Gruner + Jahr geben bereits Zeitschriften in USA, Frankreich und Spanien heraus. Keiner ist so erfolgreich draußen wie Bertelsmann, der mittlerweile weltgrößte Medienkonzern. Umgekehrt geschieht das gleiche. Bertelsmann, erklärte dessen Neue-Medien-Vorstandsmitglied Manfred Lahnstein, habe keine Berührungsängste vor Rupert Murdoch, der über eine Beteiligungsgesellschaft auch schon beim Luxemburger Fernsehen mitmischt.

BURDA: Das ist klar, wir müssen hier unterscheiden. Sie sprachen von der Gefahr einer weltweit beherrschenden Zeitungskette, die sehe ich nicht. Bei Fernsehen und Film ist das etwas anderes, da kann ich synchronisieren. „Dallas" oder „Denver" sind eine Ware, die international gehandelt werden kann. Aber alle Versuche großer Conglomerates in den USA, wie Gulf & Western, in den Kommunikationsmarkt zu diversifizieren, sind schiefgegangen. Die spezifischen Eigenheiten dieses Geschäfts haben immer wieder die Leute zum Absturz gebracht. Sie haben Geld verloren wie Warner Communications und haben verkauft. Das Super-Geschäft mit den grandiosen Werten der Kommunikation, für die man ein ganz spezifisches Gefühl haben muß, ist eigentlich eher am Abflachen.

SPIEGEL: Um die Aussichten des gedruckten und bebilderten Worts in Ihren Zeitschriften ist Ihnen also nicht bange?

BURDA: Die Verleger meiner Generation sind alle in dem Bewußtsein groß geworden, daß es einen gemeinsamen Markt der Medien gibt. Wir müssen schon deshalb auf den Fernsehmarkt aufpassen, weil es sonst eines Tages im Anzeigengeschäft ein fürchterliches Erwachen geben könnte. Denn bei hohen Anzeigenverlusten hätten die großen Titel nicht mehr das Geld, ihre Redaktionen mit den notwendigen Mitteln auszustatten, wie sie etwa der SPIEGEL für seine gründlichen Recherchen braucht. Doch wir sehen, daß die Schlachtschiffe von „Bild" und „Hörzu" bis zur „Bunten" und „Freundin" der Werbewirtschaft Reichweiten bieten, wie sie kein anderes Medium zu diesen Preisen schafft. In diesem Wettbewerb sind wir durch niemanden zu schlagen.

SPIEGEL: Herr Dr. Burda, wir danken Ihnen für dieses Gespräch.

ARBEITSZEIT

Mißtrauisch geworden

Bei Daimler soll länger gearbeitet werden – für weniger Geld, wie die Beschäftigten fürchten.

Monatelang rang die IG Metall mit den Arbeitgebern um eine deutliche Verkürzung der Arbeitszeit. Doch der Erfolg beginnt manchen Metaller zu irritieren: Die 35-Stunden-Woche scheint vergessen – 50 Stunden soll gearbeitet werden.

Die Warnstreiks des Frühjahrs, die schließlich mit einem Tarifvertrag über die 37-Stunden-Woche endeten, sind fast vergeben und vergessen, aber Ruhe will in der Metallindustrie nicht einkehren. In Stuttgart, wo die IG Metall den Arbeitgebern immer besonders zu schaffen macht, ist die Arbeitszeit schon wieder das heißeste Thema in Konferenzsälen und Kantinen.

Daimler-Benz-Manager Gentz
Mehr Jobs und mehr Freizeit

Gewerkschafter Riester
Horror vor Geisterschichten

Wiederholt marschierten im Juni die Automobilarbeiter von Daimler-Benz in Untertürkheim zu Hunderten protestierend vors Betriebsratsbüro; jedesmal fiel dann eine Arbeitsstunde aus. Für diese Woche sind Betriebsversammlungen angesetzt – es wird laut werden.

Der Unmut der Belegschaft richtet sich gegen die Werksleitung, die eine neue Überstundenregelung durchsetzen will. Statt weniger soll in Untertürkheim erst mal mehr gearbeitet werden, an manchen Tagen sogar zehn Stunden pro Schicht.

Die Manager von Daimler-Benz möchten mehr Autos von den Bändern laufen lassen, weil die Kunden derzeit viel zu lange auf ihre bestellten Daimler warten müssen. Bei den Typen 200 bis 300 E gibt es „erhebliche Engpässe", sagt Vorstandsmitglied Manfred Gentz.

Es fehlen vor allem Motoren und Achsen aus Untertürkheim. Der fürs Personal zuständige Gentz muß nun dafür sorgen, daß seine Untertürkheimer länger arbeiten und schneller liefern.

Doch mit Druck wird Gentz da wenig erreichen. Im Gegenteil: Die Lieferzeiten, die im Schnitt schon bei neun Monaten liegen, werden wohl noch länger werden. Die Stuttgarter IG Metall hat „massiven Widerstand" gegen Gentz' Pläne angekündigt. Daimler-Benz müsse aufpassen, daß in Untertürkheim Autos produziert würden und „nicht Tausende vor dem Hochhaus stehen", warnt der IG-Metall-Bevollmächtigte Ludwig Kemeth.

Daß solche Worte keine leeren Drohungen sind, haben die Untertürkheimer in der letzten Tarifrunde bewiesen. Da haben sie sämtliche Überstunden verweigert und damit die fein abgestimmten Produktionsabläufe im ganzen Autokonzern durcheinandergebracht. Der Überstundenboykott ist deshalb für den Betriebsratsvorsitzenden Helmut Funk ein probates Druckmittel.

Wenn allerdings Not am Mann sei, weigere sich die Belegschaft nicht, mehr zu arbeiten. Aber das wolle sie sich nicht von oben vorschreiben lassen, sondern selber mitbestimmen. „Unter Zwang läuft gar nichts", sagt der Betriebsrat.

Funk erinnert daran, daß es bislang freiwillig doch „auch immer ganz gut geklappt" habe. Die erforderlichen Überstunden seien alle acht Wochen zwischen Werksleitung und Betriebsrat neu ausgehandelt worden. Erst seit Gentz verschiedene Modelle für flexiblere Arbeitszeiten ausgearbeitet habe, sei die Prozedur nachhaltig gestört.

Die Untertürkheimer sind mißtrauisch geworden, weil die geplanten Neuerungen ihnen ans Geld gehen. Bei starren Acht-Stunden-Schichten ist jede Stunde Mehrarbeit zuschlagspflichtig. Wenn künftig bei beweglichen Arbeitszeiten